

Salon International de la Plongée Sous-Marine Une histoire d'hommes... et de femmes Portrait d'une présidente au caractère... bien trempé !

La plongée au féminin sera le thème majeur de la 14^{ème} édition du Salon International de la Plongée Sous-Marine. Les femmes sont en effet de plus en plus nombreuses* à pratiquer ce sport d'exception alliant technique, évasion et découverte et c'est à l'une d'elle, Héléne de Tayrac, que l'on doit ce **rendez-vous 100% passion, unique en son genre.**

Héléne de Tayrac, frondeuse tout terrain



Quand Héléne de Tayrac décide il y a 14 ans (l'âge de son fils !), de relever le défi en répondant aux attentes des plongeurs qui rêvent alors d'un événement bien à eux, elle n'en est pas à son premier coup d'essai en matière d'organisation et de communication.

Diplômée de l'EFAP (l'école française des attachées de presse) dont elle sort major de sa promotion en 1991, elle se consacre d'abord au milieu complexe de la médecine, qu'elle connaît un peu de par son tissu familial, en tant que responsable de la communication de l'**Institut Gustave Roussy à Villejuif** (centre de lutte contre le cancer). Elle réalise en particulier la communication et le lancement de la **1ère « maison Ronald Mac Donald »** en France (maison d'accueil pour les parents d'enfants hospitalisés).

Puis responsable de la communication de l'ensemble des publications spécialisées du groupe Valdemars Publication, elle y assure le lancement du **magazine grand public « Univers Santé »**.

En 1996, changement d'horizon ! Au sein de la société Eleuthera, Héléne prend en charge les **relations presse d'Albert Uderzo, père d'Astérix**, qu'elle accompagne pour la sortie de son 30^{ème} album « La galère d'Obélix ».

En 1998, Héléne a 30 ans, des références solides et de l'énergie à revendre. Elle décide de l'exploiter au sein de sa propre agence de conseil, **HP Communication** et dans son sillage, crée le premier rendez-vous 100% dédié à la plongée... **Le Salon de la Plongée Sous-marine**. A cette époque, la plongée n'est pas encore une passion pour Héléne. Elle ne pratique que très peu, mais souhaite créer un grand événement pour et avec de véritables adeptes.

Le 12 mars 1999, c'est l'effervescence à l'Aquaboulevard de Paris où se tient le 1er Salon de la Plongée Sous-Marine. 10000 visiteurs s'y pressent autour des 40 exposants pionniers de cette nouvelle aventure. Des chiffres prometteurs que l'avenir ne fera que confirmer.

En 2001, l'événement change de lieu pour rejoindre le parc des expositions de la Porte de Versailles, Mecque des grands salons.

Et en 2011 pour sa 13^{ème} édition, le Salon est toujours **en croissance avec ses 400 exposants, et plus de 50 000 visiteurs...** et ce alors même que le secteur des Foires et Salons subit une chute de fréquentation.

En parallèle de l'organisation du Salon de la Plongée Sous-Marine, **Héléne de Tayrac gère et développe son entreprise, HP Communication**. Elle assure de 1998 à 2001, **la communication du Barreau Paris et de son Bâtonnier Francis Teitgen** et met en place à l'Hôtel de Ville de Paris l'exposition «Paris et ses Avocats». Dans le même temps, elle s'occupe de **la communication de l'Union des Jeunes Avocats**. Pour la société de Frémond, **elle lance une nouvelle voiture « la Fargo »**, héritière de la fameuse Méhari et la présente au Mondial de l'Auto en 2001. En 2005, elle **créé le premier Salon Européen du Sommeil** qui connaît un fort succès public et médiatique.

En 2006, elle crée et anime un **groupe de réflexion pour promouvoir la plongée sous-marine en France et dans le Monde** et lance dans ce cadre en juin 2007, l'opération «**Plongez sous la Tour Eiffel**» qu'elle manage de bout en bout. Ce sera un franc succès avec plus de 4000 touristes et parisiens de tous âges baptisés au pied du monument emblématique apportant à l'univers de la plongée un rayonnement dans le monde entier !

Une organisatrice perfectionniste et une « manager » hors pair.



Si durant l'année, Héléne de Tayrac est seule au sein de son entreprise, au moment du Salon de la plongée, **c'est plus d'une centaine de personnes** qu'elle fait intervenir et **dont elle manage chaque opération**. Du collage de la maquette à l'implantation des stands, du remplissage des piscines à l'organisation de l'accueil et du parcours des visiteurs officiels (ambassadeurs, ministres et autres personnalités), des mets proposés au restaurant aux programmes des conférences aucun aspect de ce qui se passera durant les 4 jours du Salon n'est laissé au hasard.

En témoignent aussi les thèmes originaux mis en œuvre chaque année et en particulier en 2012, le thème de la « Femme et la plongée » retenu par Héléne de Tayrac pour sa 14^{ème} édition qui s'annonce exceptionnelle avec entre autres surprises, **le premier défilé de mode** subaquatique et un événement phare, l'organisation d'un mariage sous-marin !

Pour réussir et faire perdurer sa petite entreprise malgré la crise, Héléne de Tayrac a su mettre en œuvre de multiples qualités, nécessitant chacune un haut niveau d'expertise. Qualité Commerciale, Expertise Technique, Qualité d'Acheteur, Expertise en Relations publiques, Qualité

fédératrice, etc...

Une femme d'action, entrepreneuse et communicante mais aussi une femme et une mère. Son activité professionnelle chronophage ne lui fait pas perdre le sens des priorités et elle élève ses 2 enfants Nicolas 14 ans et Laura 8 ans en leur faisant partager et respecter les valeurs qui lui sont chères et ce tout en se préservant aussi du temps et de l'énergie pour sa vie de femme.

La plongée et le Salon de la Plongée



Pratique élitiste dans ses aspects les plus techniques, la plongée est également un sport-loisir depuis que l'évolution du matériel et des enseignements l'a rendue accessible à un large public.

S'appuyant sur cette démocratisation, Héléne de Tayrac en a fait l'atout majeur du salon.

Une activité qui touche de nombreux secteurs économiques, l'industrie représentée par les fabricants de matériel, le tourisme international avec les offices de tourisme du monde entier et agence de voyages, associatifs et sportifs avec les instances officielles, les clubs et centres de plongée, l'édition et la presse ainsi que les artistes.

Tout un univers qu'Héléne de Tayrac a su d'abord apprivoiser puis stimuler bien au-delà des limites du salon.

(* 18% en 2000, 33% aujourd'hui)